

L'obiettivo dato all'agenzia Grey, che ha vinto la gara per la creatività e la produzione della nuova campagna del 69° Salone del Motociclo di Milano (Fiera RHO-Però, 8-13 novembre 2011), era di rappresentare Eicma come il più importante salone del settore a livello mondiale e i motociclisti nelle loro varie tipologie. E così è nato l'headline "Benvenuti Cavalieri" poiché i motociclisti sono i veri Cavalieri dell'epoca moderna.

L'ambientazione medievale racconta che la Regina dei saloni Eicma, interpretata da Barbara Pedrotti, italiana di Rovereto, appassionata di moto e motori, sta investendo (termine non proprio appropriato per i motociclisti ma in questa occasione calzante!) il giovane scudiero che sotto gli occhi severi e compresi dei Cavalieri, visitando il Salone lo diventerà. E chi potevano essere i Cavalieri di questo mondo se non alcuni di coloro che ne hanno scritto e ne scrivono le gesta e per "amore" hanno posato per lo scatto?

Nico Cereghini, un'icona dei motociclisti a tutto tondo e personaggio televisivo di grande spessore e autorevolezza, Marco Lucchinelli, campione del mondo della 500 nel 1981, genio, sregolatezza e passione, Dario Marchetti, ex pilota del motomondiale, campione plurivittorioso nelle gare Endurance sulle piste di tutto il mondo, DJ Ringo, più appassionato che pilota come gli altri ma che con la sua passione e coraggio sostiene e comunica il nostro mondo come pochi sanno fare, Paolo Chiaia, l'uomo che rappresenta una delle tendenze più forti oggi sul mercato e cioè l'appassionato che della moto ha una visione romantica e gioiosa e che ama "i traversi".

E infine il nuovo pay-off, se così possiamo dire, di tutta la comunicazione di Eicma e Confindustria Ancma: Occhio alla Moto, un simbolo delle attività che l'Associazione Ancma, che di Eicma è promotrice, mette in atto per la sensibilizzazione non solo verso il settore ma soprattutto verso il mondo esterno.



© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 03 / 2011